

**МІНІСТЭРСТВА АДУКАЦЫІ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ
БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ УНІВЕРСІТЭТ
ІНСТЫТУТ ЖУРНАЛІСТЫКІ**

Кафедра міжнароднай журналістыкі і літаратуры

**СМІРНОВА
Яна Юр'еўна**

**БРЭНДЫ БЕЛАРУСІ Ў РАСІЙСКІХ МЕДЫЯ (НА МАТЭРЫЯЛЕ
ГАЗЕТ «АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ», «СМОЛЕНСКАЯ ГАЗЕТА» І
ІНФАРМАЦЫЙНАГА ВЫДАННЯ «ЛЕНТА.РУ»)**

Дыпломная праца

Навуковы кіраўнік:
дацэнт
Валькоўскі М.А.

Дапушчана да абароны
«___» _____ 2015 г.

Зав. кафедрай міжнароднай журналістыкі і літаратуры
доктар філалагічных навук, прафесар Т.М. Дасаева

Минск, 2015

РЭФЕРАТ

Аб'ём дыпломнай працы: 66 старонак.

Колькасць выкарыстаных навуковых крыніц: 84.

Ключавыя словы: БРЭНД, ІМІДЖ, ПАЗІЦЫЯНАВАННЕ, ВОБРАЗ, ТЭРЫТАРЫЯЛЬНЫ БРЭНДЫНГ, МІНСК, РАСІЙСКАЯ ПРЭСА, ЭТАПЫ СТВАРЭННЯ БРЭНДА, ТЭРЫТАРЫЯЛЬНЫ МАРКЕТЫНГ, СМАЛЕНСКАЯ ГАЗЕТА, АРГУМЕНТЫ І ФАКТЫ, LENTA.RU

Аб'ект дыпломнага даследавання: публіцыстычныя тэксты ў такіх расійскіх медыя, як абласная грамадска-палітычная газета «Смоленская газета», цэнтральная грамадска-палітычная газета «Аргументы и факты» і інтэрнэт-выданне «Лента.ру».

Мэта дыпломнага даследавання: вызначэнне асаблівасцяў фарміравання і асвятлення эканамічных і тэрытарыяльных беларускіх брэндаў у расійскіх медыя.

Метады дыпломнага даследавання: кантэнт-аналіз і параўнальны аналіз.

Навізна дыпломнага даследавання заключаецца ў тым, што даследаванне механізмаў фарміравання нацыянальных і тэрытарыяльных брэндаў і іх адлюстравання вывучаецца і аналізуецца на прыкладзе матэрыялаў розных сродкаў масавай інфармацыі Расійскай Федэрацыі з дапамогай апісання і тэматычнай дыферэнцыяцыі публікацый пра Беларусь, аналізу частаты і падыходаў прэсы да пытанняў асвятлення падзей, якія адбываюцца ў Беларусі.

Прымяненне вынікаў: зробленыя ў ходзе работы над тэмай даследавання высновы могуць быць выкарыстаны на практыцы творчымі супрацоўнікамі рэдакцый мас-медыя для ўдасканалення інфармацыйнай палітыкі дзяржавы па фарміраванні пазітыўнага іміджу краіны за мяжой.

Ступень самастойнасці: у рабоце вывучаны навукова-тэарэтычныя крыніцы, якія адносяцца да тэмы дыпломнага даследавання, асноўныя палажэнні якіх абагульнены і сістэматызаваны. Адабраныя і прааналізаваныя 1858 матэрыялаў расійскіх сродках масавай інфармацыі.

Дыпломная праца ўяўляе сабой самастойна праведзенае аўтарам даследаванне.

РЕФЕРАТ

Объем дипломной работы: 66 страниц.

Количество использованных научных источников: 84.

Ключевые слова: БРЕНД, ИМИДЖ, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ, ОБРАЗ, ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ, МИНСК, РОССИЙСКАЯ ПРЕССА, ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ БРЕНДА, ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ, СМОЛЕНСКАЯ ГАЗЕТА, АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ, LENTA.RU

Объект дипломного исследования: публицистические тексты в таких российских медиа, как областная общественно-политическая газета «Смоленская газета», Центральной общественно-политическая газета «Аргументы и факты» и интернет-издание «Лента.ру».

Цель дипломного исследования: определение особенностей формирования и освещения экономических и территориальных белорусских брендов в российских медиа.

Методы дипломного исследования: контент-анализ и сравнительный анализ.

Новизна дипломного исследования заключается в том, что исследование механизмов формирования национальных и территориальных брендов и их отображения изучается и анализируется на примере материалов различных средств массовой информации Российской Федерации с помощью описания и тематической дифференциации публикаций о Беларуси, анализа частоты обращения и подходов прессы к вопросам освещения происходящих в Беларуси событий.

Применение результатов: сделанные в ходе работы над темой исследования выводы могут быть использованы на практике творческими сотрудниками редакций масс-медиа для совершенствования информационной политики государства по формированию позитивного имиджа страны за рубежом.

Степень самостоятельности: в работе изучены научно-теоретические источники, относящиеся к теме дипломного исследования, основные положения которых обобщены и систематизированы. Отобраны и проанализированы 1858 материалов российских средств массовой информации.

Дипломная работа представляет собой самостоятельно проведенное автором исследование.

SUMMARY

The volume of the diploma: 66 pages.

Number of used scientific sources: 84 sources.

Keywords: BRAND, IMAGE, POSITIONING, REGIONAL BRANDING, MINSK, RUSSIAN PRESS, STAGES OF BRAND DEVELOPMENT, REGIONAL MARKETING, «ARGUMENTS AND FACTS», «LENTA.RU».

The object of research: publicistic texts and journalistic materials in such Russian media as the regional public-political newspaper «Smolenskaya gazeta», central social and political newspaper newspaper «Arguments and Facts» and the online edition «Lenta.ru».

The purpose of research: to define the features of formation of economic and territorial coverage of Belarusian brands in the Russian media.

Methods of research: content analysis and comparative analysis.

Novelty of research is that the study of mechanisms of formation of national and regional brands and their reflection is reviewed and analyzed on an example of materials of various media of the Russian Federation using the the description and thematic differentiation publications about Belarus, frequency analysis and approaches to an issues of media coverage, which take place in Belarus.

Application of results: conclusions of the research can be used in practice of a creative editorial staff of the media for improving the information policy of the state to create a positive image of the country abroad.

Degree of independence: there were studied a scientific and theoretical sources related to the subject of research. Main provisions of the research are summarized and systematized. During the research there 1858 materials of Russian media were selected and analyzed.

The diploma is independent research conducted by the author.